



Plano de Marketing
IPSIS - Consultora de Comunicação

ANA RITA INFANTE SEBASTIÃO

TRABALHO DE PROJETO SUBMETIDO COMO REQUISITO PARCIAL PARA
OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM PUBLICIDADE E MARKETING

Orientador:

Professor Doutor João Ferreira do Rosário, Professor Adjunto

Outubro 2023

RESUMO

Num mundo cada vez mais conectado e digital, a comunicação desempenha um papel fundamental no sucesso das empresas. Para uma agência de comunicação, a capacidade de planejar as estratégias de marketing eficazes é fundamental para se destacar no mercado altamente competitivo e em constante evolução.

Desta forma, o presente plano de marketing foi delineado para a IPSIS, uma consultora de comunicação com 34 anos de existência no mercado, que se dedica à comunicação 360, oferecendo um conjunto de serviços de comunicação integrada, em diferentes canais e plataformas.

Tem como objetivos principais definir as melhores estratégias para responder aos desafios atuais no setor das agências de marketing, enfrentar a concorrência, reter e angariar novos clientes, aumentar as receitas e mostrar que a agência serve as necessidades de qualquer marca, de forma a destacar a IPSIS no mercado. Com vista ao crescimento da empresa, quer a nível de clientes, quer ao nível do seu portfólio de serviços de comunicação, o plano de marketing irá definir as prioridades da agência, antecipar potenciais riscos e planejar o próximo ano - 2024.

Palavras-chave: Plano de Marketing, Agência de Comunicação, Marketing, Estratégias de Marketing, IPSIS.

ABSTRACT

In a connected and digital world, such as our own, communication has a central role in a company success. For a communication agency the ability to plan its marketing strategies is fundamental to take the lead in a highly competitive and evolving market.

As such, this marketing plan was made for IPSIS, a communication consultant with 34 years of market experience, that specializes in 360 communication, offering a variety of integrated communication services, in different channels and platforms.

As its main objectives there is the outline of the best strategies to give answer to the current challenges in the marketing agencies sector; take on competitors; gain and maintain new clients; increase the revenues; and show that the agency suits the needs of any brand. As a way to highlight IPSIS in the market. With the goal of growth of the company, in number of clients and in its portfolio of communication services, the marketing plan will define the agencies priorities and anticipate potential risks as well as plan for the next year – 2024.

Keywords: Marketing Plan, Communication Agency, Marketing, Marketing Strategies, IPSIS.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	2
CAPÍTULO 1 – Enquadramento Teórico	5
1.1 Plano de Marketing	5
1.1.1 Definição e Importância	5
1.1.2 Benefícios do Plano de Marketing	9
1.1.3 Estrutura e Conteúdos de Planos de Marketing.....	10
1.1.4 Etapas do Plano de Marketing.....	12
1.2. Marketing de Serviços.....	29
1.2.1 Definição e Características.....	29
1.2.2 Marketing Mix para o Setor de Serviços.....	31
1.2.3 Marketing de serviços num contexto B2B	32
1.2.3.1 Conceito	32
1.2.3.2 A Complexidade dos Mercados B2B	33
1.2.3.3 O Marketing Mix aplicado ao Mercado B2B	34
1.2.4 Marketing Relacional	35
CAPÍTULO 2 - INVESTIGAÇÃO DE SUPORTE.....	36
2.1. Objetivos do Projeto.....	36
CAPÍTULO 3 – DESENVOLVIMENTO DO PROJETO: PLANO DE MARKETING	37
3.1. Análise do Setor	37
3.2 Apresentação da Empresa	40
3.3 Análise Externa	43
3.3.1. Análise PEST	43
3.3.2 Análise da Atratividade da Indústria (5 Forças de Porter)	56
3.3.4 Fatores críticos de sucesso	60
3.3.5 Análise dos clientes	63
3.3.6 Análise dos fornecedores	64
3.3.7 Análise da concorrência	64
3.4 Análise Interna	66
3.4.1 SWOT	66
3.4.2 Análise SWOT Cruzada	71
3.5 Formulação da Estratégia.....	72
3.5.1. Visão	72
3.5.2. Missão	72
3.5.3. Valores	72

3.5.4 Vantagem competitiva.....	73
3.5.5 Objetivos	74
3.5.6 Segmentação.....	76
3.5.7 Posicionamento	78
3.5.8 Estratégia competitiva	79
3.5.9 Estratégia de crescimento.....	80
3.6 Plano de Ação – Marketing-mix (7 P’s).....	81
3.6.1. Produto (Serviço)	81
3.6.2 Preço.....	84
3.6.3 Distribuição	84
3.6.4 Comunicação.....	85
3.6.5 Pessoas	88
3.6.6 Processos	92
3.6.7 Evidência física	94
3.7 Orçamento.....	96
3.8 Calendarização	97
3.9 Plano de contingência.....	99
Conclusão	100
Bibliografia	101
Anexos.....	110